

RINGKASAN

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS IKLAN YANG MENYESATKAN (*MISLEADING ADVERTISING*) BERDASARKAN UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN NOMOR 8 TAHUN 1999 DAN UNDANG-UNDANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK NOMOR 11 TAHUN 2008 (STUDI PUTUSAN MAHKAMAH AGUNG NOMOR 659 K/PDT.SUS/2012), Lusyana Susanti, Djumikasih, M.Zairul Alam.

Pada skripsi ini, penulis mengangkat permasalahan hukum mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen atas iklan yang menyesatkan (*Misleading Advertising*) berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Perkembangan dibidang ilmu pengetahuan dan teknologi semakin pesat. Pelaku usaha turut menggunakan media elektronik untuk melakukan pemasaran produk barang dan/atau jasa. Sayangnya, perkembangan media elektronik ini yang salah satunya iklan, tidak diikuti dengan itikad baik dari pelaku usaha untuk menawarkan dan/atau mempromosikan produknya baik berupa barang dan/atau jasa. Padahal, dalam kode etik periklanan dijelaskan bahwa terdapat asas umum yaitu jujur, benar dan bertanggung jawab; bersaing secara sehat; dan melindungi dan menghargai khalayak, tidak merendahkan agama, budaya, negara dan golongan, serta tidak bertentangan dengan hukum yang berlaku. Oleh karena itu penulis tertarik melakukan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana keterkaitan pengaturan antara Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik mengenai perlindungan konsumen atas adanya *Misleading Advertising* dan bagaimana analisa putusan Mahkamah Agung Nomor 659 K/Pdt.Sus/2012 terkait Perlindungan Konsumen atas *Misleading Advertising*. Peneliti menggunakan metode penelitian yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan kasus. Adapun bahan hukum primer dalam penelitian ini adalah perundang-undangan (Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik) dan putusan Mahkamah Agung Nomor 659 K/Pdt.Sus/2012 dan bahan hukum sekunder dalam penelitian ini adalah doktrin-doktrin yang terdapat dalam buku serta internet. Teknik penelusuran berdasarkan kesinambungan dan kesesuaian dengan topik penelitian baik dari literatur maupun peraturan perundang-undangan serta melalui media internet. Teknik analisis bahan hukum adalah mencari hubungan logis antara bahan hukum sehingga diperoleh asas atau prinsip hukum.

Hasil penelitian yang didapat peneliti ialah keterkaitan antara Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik bahwa terdapat pengaturan terkait perbuatan yang dilarang dilakukan oleh pelaku usaha bahwa untuk menyebarkan, menawarkan, dan mempromosikan produk berupa barang dan/atau jasa dengan berita bohong atau menyesatkan yang menimbulkan kerugian bagi konsumen. Namun terdapat perbedaan dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen fokus kepada berbagai perbuatan yang dilarang pelaku usaha, dan pihak pelaku periklanan pun turut bertanggung jawab dalam penyebaran produk barang dan/atau jasa yang telah bekerja sama sebelumnya dengan pelaku usaha (PT. Nissan Motor Indonesia). Selain itu, hasil penelitian yang penulis dapatkan adalah adanya pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha yaitu PT. Nissan Motor Indonesia dimana PT. Nissan Motor Indonesia terbukti melakukan pelanggaran pasal 9 ayat 1 huruf k dan pasal 10 huruf c, selain itu menurut penulis, terdapat pasal lain yang belum dikenakan terhadap PT. Nissan Motor Indonesia adalah pasal 8 ayat 1 huruf f Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Selain Undang-Undang Perlindungan Konsumen, terdapat

pengaturan terkait *Misleading Advertising* yaitu Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, pasal 28 ayat 1.

Maka terdapat kesinambungan antara Undang-undang Perlindungan Konsumen dengan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik bahwa kedua peraturan tersebut sama-sama mengatur mengenai perbuatan yang dilarang pelaku usaha untuk menyebarkan, menawarkan, dan mempromosikan produk berupa barang dan/atau jasa dengan berita bohong atau menyesatkan yang menimbulkan kerugian bagi konsumen. Selain itu, dalam putusan Mahkamah Agung Nomor 659 K/Pdt.Sus/2012 membuktikan bahwa kedudukan konsumen tidak lebih rendah dibandingkan kedudukan pelaku usaha.

SUMMARY

LEGAL PROTECTION FOR CONSUMERS IN A MISLEADING ADVERTISING BASED ON CONSUMER PROTECTION LAW NUMBER 8 OF 1999 AND LAW OF INFORMATION AND ELECTRONIC TRANSACTIONS NUMBER 11 OF 2008) (STUDY OF SUPREME COURT DECISION NUMBER 659 K/PDT.SUS/2012), Lusyana Susanti, Djumikasih, M.Zairul Alam.

In this minor thesis, the writer raised a legal issue about legal protection against consumers in a misleading advertising based on Law of Consumers Protection and Law of Information and Electronic Transaction. The development of science and technology has become advanced. Business actors are also using electronic media to carry out their products marketing for items and/ or services. Unfortunately, the development of this electronic media that one of them is in a form of advertisement, is not followed by good will from the business actors to offer and/ or promote their products either in a form of item and/ or services. In fact, in the code of ethics in advertisement it is explained that there is general principle namely honest, correct and responsible; healthy competition; and protecting and respecting audience, does not degrade religion, culture, nation and class, and do not conflict with applicable law. Thus the writer was interested to perform this research to know how is the relationship of Law of Consumer Protection and Law of Information and Electronic Transaction related to the protection of consumers in the presence of Misleading Advertising and how is the analysis of the Supreme Court ruling No. 659 K / Pdt.Sus / 2012 on Consumer Protection on *Misleading Advertising*. The researcher was using normative juridical research method by approach of legislation and case approach. As for primary law materials in this research was legislation (Law of Consumer Protection and Law of Information and Electronic Transaction) and Supreme Court ruling Number 659 K/Pdt.Sus/2012 and the secondary law materials in this study was doctrines contained in books and internet. Technique of collection was based on the periodic and appropriateness of research topic either from literature or regulations in the legislation and through internet. Technique of analysis of law materials were seeking for logical relationship between law materials that will obtain principles or law principles.

The results of research obtained by the researcher is that the relationship between Law of Consumers Protection and Law of Information and Electronic Transaction is that there is a regulation related to actions prohibited done by business actors in a form of distributing, offering, and promoting products in a form of items and/ or services with false information or misleading incurring disadvantages for consumers. However, there is a difference from Law of Consumers Protection focusing on various actions prohibited by business actors, and advertisement actors are also responsible in the distribution of items and/ services products who have signed a cooperation (PT. Nissan Motor Indonesia). In addition, the results of the research that the writer obtained is the presence of violence performed by business actor namely PT. Nissan Motor Indonesia where PT. Nissan Motor Indonesia has been proven to perform a violence of article 9 paragraph 1 letter k and article 10 letter c, in addition according to the writer, there are other articles that have not been sued to PT. Nissan Motor Indonesia is article 8 paragraph 1 letter f Law of Consumer Protection. In addition to Consumer Protection Law, there is a regulation related to Misleading Advertising namely Law of Information and Electronic Transaction, article 28 paragraph 1.

Thus, there is continuity between the Law of Consumer Protection with the Law on Information and Electronic Transactions that both laws are equally governing prohibited acts of businesses to spread, offers, and promote the product in the form of goods and / or services with false news or misleading causing harm to consumers. Furthermore, supreme Court Decision Number 659 K/Pdt.Sus/2012 proved that consumers not always consumer notch lower than the position of businesses